

## Επιχειρείν

### ΜΕΓΑΛΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

6

#### ΓΚΡΕΜΙΣΤΕ ΤΑ ΣΥΝΟΡΑ ΜΕ ΤΗΝ «ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ-ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ II»

Οι εξαγωγικές δράσεις εντάσσονται στο πρόγραμμα «Εξωστρέφεια - Ανταγωνιστικότητα II» το οποίο ονομάζεται να προκηρυχθεί άμεσα από τη Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας του υπουργείου Ανάπτυξης. Οι ενδιαφερόμενοι επιδοτούνται με ποσοστό έως 50%, για επενδύσεις που μπορούν να φτάσουν μέχρι 650.000 ευρώ. Το ποσοστό επιδότησης εξαρτάται από το μέγεθος της επένδυσης, τον τύπο υλοποίησης της επένδυσης, καθώς και τις ενέργειες και δαπάνες που θα πραγματοποιηθούν.

#### ΠΟΙΟΙ ΕΝΤΑΣΣΟΝΤΑΙ

- Υφιστάμενες μικρομεσαίες επιχειρήσεις που έχουν κλείσει τουλάχιστον δύο διαχειριστικές χρήσεις.
- Υφιστάμενες μεγάλες επιχειρήσεις υπό τον όρο ουσιαστικής συνεργασίας με τουλάχιστον δύο μικρομεσαίες επιχειρήσεις.
- Υφιστάμενες μικρομεσαίες εμπορικές επιχειρήσεις υπό τον όρο ουσιαστικής συνεργασίας με τουλάχιστον δύο μικρομεσαίες μεταποιητικές επιχειρήσεις.
- Νέες επιχειρήσεις.

#### ΕΠΙΛΕΞΙΜΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ

- Μηχανολογικός εξοπλισμός και εργασθησιακός εξοπλισμός - ειδικές εγκαταστάσεις
- Ενέργειες πληροφορικής / τηλεπικοινωνιών
- Ενέργειες σχεδιασμού, πιστοποίησης και συμμόρφωσης προϊόντων και συσκευασίας
- Ενέργειες (ή/και μελετών) προβολής σε αγοράς-στόχους
- Ενέργειες τεχνικής και συμβουλευτικής υποστήριξης
- Ενέργειες (ή/και μελετών) προστασίας ή απόκτησης και χρήσης πατεντών, πνευματικής ιδιοκτησίας
- Ενέργειες ανάπτυξης εξειδικευμένου προσωπικού και ανθρώπινων πόρων
- Ενέργειες μετεγκατάστασης μεταποιητικών επιχειρήσεων σε Επιχειρησιακές Περιφέρειες (Ε.Π.)
- Ενέργειες ανάπτυξης πρωτοτύπων, προτύπων και τεχνικού φακέλου
- Λειτουργικές ενέργειες

#### ΠΑΡΗΦΟΡΕΙΣ

Η επενδυτική πρόταση θα υποβληθεί ηλεκτρονικά. Το Έντυπο Υποβολής, καθώς και το σχετικό έγγραφο του Προγράμματος «Εξωστρέφεια - Ανταγωνιστικότητα II» θα είναι διαθέσιμο στους ιστότοπους των ΥΠΑΑΝ ([www.yproian.gr](http://www.yproian.gr)), ΕΥΔ ΕΠΙΛΕ ([www.antagonistikaitita.gr](http://www.antagonistikaitita.gr)), ΟΦΕΠΙΑΕ ([www.efepiae.gr](http://www.efepiae.gr)), ΕΣΠΑ ([www.espa.gr](http://www.espa.gr)), ΕΡΕΠΔΥΣΕΙΣ ([www.erendyseis.gr/mis](http://www.erendyseis.gr/mis)) και Γενικής Γραμματείας Βιομηχανίας ([www.ggb.gr](http://www.ggb.gr)).

# Τα 5 βήματα για να βγείτε σε νέες αγο

## Πώς θα αυξήσετε τις πωλήσεις και τα κέρδη σας

**Α**ν για κάποιους η κρίση αποτελεί συνώνυμο του αδιέξοδου, στον αντίποδα υπάρχουν αυτοί που εμμένουν «πεισματικά» να βλέπουν τη θετική της πλευρά. Για τους τελευταίους, η κρίση «γεννά» ευκαιρίες, οι οποίες για να αξιοποιηθούν απαιτούν τον κατάλληλο σύμμαχο. Η υπέρβαση είναι εφικτή και η «εξωστρέφεια» διεθνούς προσανατολισμού αυξάνει

κατακόρυφα τις πιθανότερες επιτυχίες. Κάτι που μεταφράζεται αυτόματα σε αύξηση των πωλήσεων και των κερδών, μείωση της εξάρτησης της επιχείρησης από την εγχώρια αγορά, απόκτηση τεχνολογίας κ.ά.

#### Θέστε στόχους και διαμορφώστε ανταγωνιστικά προϊόντα

Η ανάπτυξη εξαγωγικής δραστηριότητας δεν είναι εύκολο εγχείρημα. Αν ακολουθήσετε αυτό το δρόμο, θα πρέπει να είστε ενημερωμένοι, με σκοπό να προετοιμαστείτε κατάλληλα, για να μπορέσετε να αντεπεξέλθετε στις απαιτήσεις. Στο στίβο της επιχειρηματικότητας ο

ανταγωνισμός είναι αμείλικτος, γι' αυτό και το εγχείρημα της «εξωστρέφειας» απαιτεί επαναξιολόγηση και επαναπροσδιορισμό των δυνατοτήτων της επιχείρησης. Οι ξεκάθαροι στόχοι σε συνδυασμό με προϊόντα καινοτομικά και ανταγωνιστικά σε ποιότητα θα συντηρήσουν τις επιχειρήσεις και θα δώσουν «πάτημα» για περαιτέρω ανάπτυξη.

#### Πραγματοποιήστε έλεγχο εξαγωγικής ετοιμότητας

Ο έλεγχος εξαγωγικής ετοιμότητας πραγματοποιείται στις εξής ενδο-επιχειρησιακές παραμέτρους: οργάνωση και διαδικασίες, προϊόντα

και πελάτες, πόροι και χρηματοοικονομική απόδοση. Από τον εν λόγω έλεγχο μπορούν να προκύψουν χρήσιμα συμπεράσματα σχετικά με τους τομείς, στους οποίους ορισμένες παρεμβάσεις βελτιώσεως κρίνονται σκόπιμες.

#### Πραγματοποιήστε έρευνα αγοράς

Πριν από την εξαγωγική δραστηριότητα πρέπει να προηγηθεί ενδελεχής διερεύνηση όσον αφορά τις αγορές ενδιαφέροντος. Εκεί θα συνεκτιμηθεί σειρά παραγόντων, όπως η ζήτηση, ο πολιτικός κίνδυνος, η ομοιότητα με την εγχώρια αγορά, ο ανταγωνισμός κ.λπ.

# Το «εξαγωγικό» παράδειγμα της Creta Vita

Η διαδικασία για να σπάσετε τα σύνορα, πώς θα εκμεταλλευτείτε το Internet

**Η** Creta Vita διαθέτει προϊόντα υψηλής ποιότητας και διατροφικής αξίας που παράγονται στην Κρήτη.

Η εταιρεία έχει μακρά και πλούσια ιστορία στην παραγωγή, εμπορία, μεταποίηση και τυποποίηση ποιοτικών αγροτικών προϊόντων (ελαιόλαδο, ελιές, κρασί κ.λπ), καθώς και εξαγωγική δραστηριότητα ικανή να προτρέπει τους επιχειρηματίες που αντιμετωπίζουν διστακτικά την «εξωστρέφεια», να αναθεωρήσουν. Πριν ξεκινήσει την εξαγωγική της δραστηριότητα η Creta Vita επικεντρώθηκε στο στάδιο εξαγωγικής προετοιμασίας.

Η συνεργασία με εξειδικευμένο σύμβουλο ήταν απαραίτητη στην προσπάθειά της να οργανωθεί, να εκδώσει τα απαραίτητα πιστοποιητικά εξαγωγών, να κοστολογήσει τις δράσεις που επρόκειτο να κάνει και να σχεδιάσει το εκτιμώμενο αποτέλεσμα εντός σχετικού χρονοδιαγράμματος. Το στάδιο εξαγωγικής προετοιμασίας προτάθηκε την επιχείρηση από αλόγιστες δαπάνες και σφάλματα

## Απαραίτητη η συνεργασία με εξειδικευμένο σύμβουλο

στον προσανατολισμό απέναντι στις αγορές, αλλά και στα προϊόντα που επιχειρεί να εξαγει. Ωστόσο, οι επιχειρηματίες που έχουν την αγωνία της πώλησης στην «απέραντη» αγορά του εξωτερικού συχνά το παραβλέπουν, καθώς τους φαίνεται χρονοβόρο ή κοστοβόρο.

Ιδιαίτερα σημαντικό ζήτημα ήταν η εξασφάλιση των αναγκαίων πιστοποιη-

τικών εξαγωγής, η εγγραφή στο ειδικό μπρώο εξαγωγών του οικείου Επιμελητηρίου, η χορήγηση μοναδικού αριθμού αναγνώρισης EORI, η έκδοση Bar code και LOT number κ.ά. (κατά περίπτωση μπορεί να απαιτούνται περισσότερα ή διαφορετικά ανάλογα με τον προορισμό εξαγωγής ή το είδος του εξαγόμενου προϊόντος). Επιπλέον, κατά την εξαγωγική προετοιμασία, η διερεύνηση των αγορών ήταν απαραίτητη. Αυτό συμβαίνει, διότι όσο πιο σαφής είναι η εικόνα των οικονομικών, πολιτικών και πολιτιστικών παραγόντων που επηρεάζουν ένα προϊόν τόσο γρηγορότερα μπορούν να ληφθούν ακριβείς επιχειρηματικές αποφάσεις εισόδου σε αυτές και προϋπολογισμού κόστους.

Το Διαδίκτυο αποτέλεσε εξαιρετικό εργαλείο προβολής της εταιρικής ταυτότητας και του προϊόντος της, συμβάλλοντας στην ανάπτυξη των πωλήσεων. Στην Creta Vita η δημιουργία ενός εύχρηστου και προσιτού διαδικτυακού τόπου αποτέλεσε αντικείμενο συνεργασίας των ανθρώπων της και των συνεργατών της εταιρείας.



## ΟΔΕΣ

### Ενημερωθείτε για του. όρους συναλλαγών

Το εκάστοτε εξαγωγικό περιβάλλον έχει απαιτήσεις για τ; οποίες πρέπει να προετοιμαστείε καταλλήλως. Για παράδειγμα η εξοικείωση με τη διαδικασία που αφορά τα φορολογικά έγγραφα και ο συνδυασμός κατά περίπτωση τις διεθνείς αγοραπωλησίες, η γνώση και κατ' επέκταση η διαφύλιση των αναγκαίων πιστοποιητικών καταγωγής, κυκλοφορία; ή ποιότητας που πρέπει να συνοδεύουν τα προϊόντα ανάλογα με τη χώρα προορισμού τους. Εκπληρω, φροντίστε να είναι προσμελημένος ο τρόπος πληρωμής βάσει των ε-

πιλογών που έχετε κάθε φορά ή όπως αυτός προκύπτει από τις διαπραγματεύσεις.

### Κάντε βάση πληροφορήσης και follow up στους πελάτες

Καλό θα είναι να διατηρείτε επαφή με το πελατολόγιό σας, να μετράτε τον βαθμό ικανοποίησής τους και να συνεχίζετε να ενημερώνετε για τις εξελίξεις στην αγορά τους. Πρόσθετα, μπορείτε να αξιοποιήσετε την τεχνολογία για τη δημιουργία μόνιμης και ανανεωμένης βάσης πληροφορήσης, η οποία και θα περιλαμβάνει σχετικά links, newsletters από φορείς, πρεσβείες κ.ά.



### INFO

#### ΦΟΡΕΙΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Ελληνικός Οργανισμός Εξωτερικού Εμπορίου (ΟΠΕ):  
Επίσημη ιστοσελίδα: <http://www.hero.gr/>  
τηλ. 210 9982247

Πανελλήνιος Σύνδεσμος Εξαγωγών:  
Επίσημη ιστοσελίδα: <http://www.pse.gr/>

Οργανισμός Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων (ΟΑΕΠ):  
Επίσημη ιστοσελίδα: [www.oaep.gr](http://www.oaep.gr)

Πύλη Διεθνών Χρηματοδοτήσεων Υπουργείου Εξωτερικών:  
Επίσημη ιστοσελίδα: [www.aidfunding.mfa.gr](http://www.aidfunding.mfa.gr)

■ Κατά τόπους σύνδεσμοι εξαγωγών

■ Κατά τόπους εμποροβιομηχανικό εμπειρητήρια

■ Κατά τόπους τελεωνειακές αρχές

■ Πρεσβείες και προξενία της Ελλάδος στο εξωτερικό

■ Ξένες πρεσβείες και προξενία στην Ελλάδα

■ Στο Κέντρο Εξαγωγικών Ερευνών και Μελετών (ΚΕΕΜ) λειτουργεί βάση δεδομένων με στοιχεία εξαγωγών και εισαγωγών για όλες τις χώρες και όλα τα προϊόντα.  
Τηλέφωνο επικοινωνίας: 210 5221515.



### ΜΕΛΕΤΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ



#### ΒΑΣΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ

1. ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΑΓΟΡΩΝ
2. ΕΚΔΟΣΗ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΩΝ
3. ΜΕΤΑΦΡΑΣΗ ΕΓΓΡΑΦΩΝ
4. ΜΙΣΘΟΔΟΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΠΟΥ ΘΑ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΕΙ
5. ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΟΥ ΕΤΑΙΡΙΚΟΥ ΠΡΟΦΙΛ
6. ΜΕΤΑΤΡΟΠΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ (ΕΤΙΚΕΤΕΣ, ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ, ΜΕΤΑΦΡΑΣΕΙΣ, ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΑ Κ.Λ.)
7. ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΡΟΒΛΗΝ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΑΠΟΣΤΟΛΕΣ
8. ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΠΟΛΥΓΩΝΙΣΤΙΚΗΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ

\* Οι δαπάνες ποικίλλουν ανάλογα με το προϊόν, τον όγκο εξαγωγών, τις χώρες προορισμού κ.ά.

#### ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ:

- Επικοινωνία με φορείς πληροφορήσης
- Συνεργασία με εξειδικευμένο σύμβουλο
- Εξασφάλιση χρηματοδότησης
- Έλεγχος εξαγωγικής ετοιμότητας
- Έλεγχος αναγκαίων προϋποθέσεων και προσαρμογή στις απαιτήσεις
- Στόχευση εισόδου σε αγορά ενδιαφέροντος με τη μέθοδο της δευτερογενούς έρευνας
- Επιλογή προιωντικής γκάμας και διαμόρφωση τιμολογιακής πολιτικής
- Διαμόρφωση εταιρικού προφίλ εξαγωγών
- Κατάρτιση προϋπολογισμού εξαγωγών

#### ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ - ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΑ

- Έγγραφο στο ειδικό μητρώο εξαγωγών του οικείου Επιμελητηρίου
- Χορήγηση μοναδικού αριθμού αναγνώρισης EORI
- Έκδοση Bar code, LOT number κ.λπ.

#### ΚΡΙΣΙΜΑ ΣΗΜΕΙΑ ΕΠΙΠΥΧΙΑΣ

1. Διεθνική έρευνα αγοράς για τη ζήτηση και τον ανταγωνισμό
2. Συνεργασίες για τη διανομή
3. Τιμολόγηση προϊόντων
4. Προσαρμογή στην τοπική κοινότητα
5. Συνδυαστικές δράσεις προβολής
6. Αποτελεσματική διαχείριση παραγγελιών και εισπράξεων

### Ο ΕΙΔΙΚΟΣ ΠΡΟΤΕΙΝΕΙ

## Τα 7 σημεία «κλειδιά» για να ξεκινήσετε



ΕΥΑ ΠΑΓΚΑΛΟΥ  
ΟΙΚΟΝΟΜΟΛΟΓΟΣ - ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ  
SMART BUSINESS CONSULTING

Με «όπλο» την Εξωστρέφεια διεθνούς προσαρμοστικότητας, η εκάστοτε επιχείρηση μπορεί να διασφαλίσει τη βιωσιμότητά της και κατ' επέκταση να συμβάλει καταλυτικά στην ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας. Η Εύα Παγκάλου, οικονομολόγος-σύμβουλος επιχειρήσεων της Smart Business Consulting, επεσήμανε τους λόγους που οδηγούν έναν επιχειρηματία στην εξαγωγική δραστηριότητα: «Για να ξεκινήσετε να εξαγάγετε χρειάζεστε ισχυρά κίνητρα που αναδύονται σε ενδογενή, τα οποία σχετίζονται με την λειτουργία της επιχείρησης και εξαγωγή, που σχετίζονται με παράγοντες του εξωτερικού περιβάλλοντος. Η αύξηση των πωλήσεων και η ενίσχυση της πελατειακής βάσης, η επίτευξη οικονομικών κλίμακας

ή η εξομάλυνση των εποχικών πωλήσεων μπορούν να αποτελούν ενδογενείς αιτίες εξαγωγικού προσαρμοστικότητας, ενώ η εμφάνιση ευκαιριών σε ξένες αγορές ή το περιορισμένο μέγεθος της εγχώριας αγοράς μπορεί να αποτελέσουν εξωγενή κίνητρα για την εξωστρέφεια της επιχείρησης. Η κ. Παγκάλου αναφέρθηκε στον εξεχούσας σημασίας για την πορεία της επιχείρησης στις διεθνείς αγορές σχεδιασμό εξαγωγικού μείγματος marketing: «Η ανάπτυξη στρατηγικής για το εξαγωγικό marketing και μάλιστα διαφοροποιημένη από την ισχύουσα της εγχώριας αγοράς, προϋποθέτει από πλευράς επιχείρησης παραγωγική δυνατότητα, στελέχωση, τεχνολογία και χρηματοοικονομικούς πόρους. Το marketing mix συνοψίζεται ως εξής: προϊόν/υπηρεσία; συσκευασία, κανονισμοί, ετικέτα, τιμολογιακή πολιτική με βάση τους στόχους, τον ανταγωνισμό και την ελαστικότητα ζήτησης του προϊόντος, διεθνές μείγμα επικοινωνίας και τρόποι εισόδου στις αγορές και διεθνή δίκτυα διανομής. Για τη χρήση των "εργαλείων" του εξαγωγικού marketing, επιδιώξτε τη συμμετοχή σας σε διεθνείς εμπορικές εκθέσεις, αξιοποιήστε την υποστήριξη των ελληνικών φορέων και αρχών (πρεσβείες, προξενία ΟΠΕ κ.ά.), συμμετέχετε σε επιχειρηματικές αποστολές και εκδηλώσεις με θέμα τις εξαγωγές».